

Canal TI

La revista del negocio TI del Perú

DISTRIBUCIÓN SEMANAL GRATUITA
N°968
LUNES 17
NOVIEMBRE
2025



Las organizaciones se enfocan en adoptar arquitecturas estratégicas en la nube para la innovación, la gobernanza y asegurar el valor de la IA

Kyndryl: La nube híbrida da forma al futuro de la IA y la agilidad empresarial



El 14 de noviembre, Kyndryl publicó su Informe de preparación para la nube 2025, que revela cómo las empresas están navegando por un cambio fundamental en la estrategia de la nube que puede impulsar la adopción de IA y la agilidad empresarial.

El informe destaca que, si bien la computación en la nube se ha convertido en la columna vertebral de las operaciones empresariales, evolucionando en una industria de más de US\$ 700 mil millones, el 70% de los directores ejecutivos afirman que llegaron a su entorno de nube actual "por accidente, en lugar de por diseño". Sin embargo, la falta de una estrategia deliberada no ha frenado la inversión: las organizaciones han incrementado el gasto en la nube en más del 30% en promedio durante el año pasado en un

contexto donde los líderes se enfrentan a desafíos de adopción de IA, crecientes demandas de seguridad y nuevas normativas y requisitos de gobernanza.

"La brecha entre una estrategia de nube reactiva y una deliberada nunca ha sido tan trascendental", dijo Nicolas Sekkaki, líder de práctica global de nube de Kyndryl. "Con la IA exigiendo un acceso fluido a los datos y las normativas de gobernanza evolucionando rápidamente, un modelo de nube híbrida es el diferenciador que permite una adopción exitosa de la IA. Las organizaciones que diseñan para la interoperabilidad, la confianza y la agilidad desbloquearán la innovación continua e integrarán la IA de forma segura a escala".

Principales conclusiones

La soberanía y la seguridad están remodelando la estrategia en la nube

El 75% de los líderes expresa su preocupación por los riesgos geopolíticos de almacenar y administrar datos en entornos globales de nube, mientras que el 65% ya ha modificado sus estrategias en respuesta a las nuevas regulaciones de soberanía de datos.

La nube híbrida y mutinube ahora son la norma

El 84% de los líderes utilizan intencionalmente múltiples nubes y el 41% está repatriando al menos algunos datos a entornos locales, equilibrando el control, el rendimiento y el cumplimiento.

La IA depende del diseño deliberado de la nube

El 89% de los líderes dice que las inversiones en la nube han facilitado el uso de la IA, pero el 35% cita los desafíos de integración como una de las principales barreras para obtener el retorno de la inversión. Las organizaciones recurren cada vez más a la infraestructura especializada, incluida la IA privada o las neonubes, ambas optimizadas para cargas de trabajo de IA impulsadas por GPU, para equilibrar la potencia computacional con el control de costos.

La seguridad en la nube está evolucionando para una era de IA.

A medida que aumentan las amenazas, con el 82% de las organizaciones experimentando una interrupción relacionada con la cibernética este año, las empresas están respondiendo con arquitecturas más adaptables y capacidades de seguridad mejoradas. El 91% dice que su infraestructura en la nube brinda la flexibilidad para adaptarse a las nuevas regulaciones, y el 75% está invirtiendo en IA para ciberseguridad, más que en cualquier otra capacidad de IA.

De reactivo a estratégico: diseñando la nube del futuro

El informe subraya que la arquitectura ahora define el control empresarial. Las empresas que abordan la nube como una capacidad estratégica e intencional (alineando la infraestructura, la gobernanza y los datos) están mejor posicionadas para integrar la IA de forma segura, satisfacer las demandas regulatorias, administrar los costos y acelerar la innovación.

El auge de la IA agéntica está impulsando este cambio. Las organizaciones están entrenando cada vez más modelos en nubes públicas para la escalabilidad y ejecutándolos en entornos privados para la gobernanza, combinando el rendimiento con la confianza. Las arquitecturas híbridas están emergiendo como la base inteligente que conecta entornos públicos y privados sin problemas, lo que permite a las empresas equilibrar el rendimiento, la seguridad y el costo a medida que ponen en funcionamiento la IA.

La seguridad y la soberanía ya no son restricciones, sino principios de diseño para la confianza y la interoperabilidad, esenciales para la empresa preparada para la IA. Los hiperescaladores globales están localizando la infraestructura para cumplir con los nuevos estándares regulatorios, mientras que las empresas están construyendo arquitecturas que permiten que los datos se muevan de forma segura a través de las fronteras y los proveedores.

Basándose en los conocimientos del informe de preparación de Kyndryl de 3.700 líderes senior en 21 países y la Encuesta de innovación en la nube de Kyndryl, los datos del Informe de preparación en la nube muestran que las organizaciones reevalúan su infraestructura en la nube en medio de los desafíos de adopción de IA, las crecientes demandas de seguridad y las nuevas expectativas de gobernanza.



Para acelerar la integración segura de la inteligencia artificial

Oracle presentó en Perú las nuevas capacidades anunciadas en el Oracle AI World

Oracle presentó en Perú los principales anuncios realizados en el Oracle AI World 2025, el encuentro global celebrado en Las Vegas que reunió a los referentes más importantes de la industria.

Gastón de Zavaleta, Country Manager de Oracle Perú; y Sofía Guidotti, VP & General Manager Oracle APUB y Perú, brindaron una visión local de cómo estas innovaciones acelerarán la adopción de inteligencia artificial en las organizaciones peruanas.

Dentro de los anuncios, Oracle destacó que la inteligencia artificial está entrando en una etapa de industrialización, en la que los datos, las aplicaciones y la infraestructura deben estar preparados para aprovechar su potencial de manera segura y eficiente. Bajo ese enfoque, se presentaron nuevas capacidades pensadas para facilitar la automatización, la

Las nuevas capacidades permitirán a las empresas acelerar la integración segura de la inteligencia artificial en sus datos, aplicaciones y nube, facilitando automatización avanzada, decisiones más ágiles y operaciones con mayor flexibilidad tecnológica.

toma de decisiones y el despliegue de soluciones de IA en diversos sectores.

El primer anuncio fue Oracle AI Data Platform, una plataforma que conecta los datos empresariales con herramientas de inteligencia artificial para automatizar tareas, detectar patrones en tiempo real y acelerar la generación de información útil para el negocio. Esta solución reúne datos desde múltiples fuentes —en la nube o en sistemas internos— y los prepara para que los modelos de IA puedan utilizarlos de forma segura y confiable.

También se presentó Oracle AI Database 26ai, la evolución de la base de datos líder de Oracle ahora con inteligencia artificial integrada en su núcleo. Con estas nuevas capacidades, las organizaciones podrán analizar información, generar reportes e incluso crear aplicaciones automáti-

ORACLE
AI World

encia artificial en sus datos, aplicaciones y nube

Perú las soluciones el AI World 2025

camente, con niveles avanzados de seguridad y un acceso más simple para los equipos que trabajan con datos críticos.

“En Perú estamos viendo a muchas empresas dar pasos concretos hacia la adopción de inteligencia artificial, y ese proceso requiere una mentalidad abierta al cambio. Innovar implica probar, aprender y mejorar en el camino. No se trata solo de incorporar tecnología, sino de formar equipos curiosos, activos y dispuestos a experimentar sin miedo a equivocarse. Esa mentalidad de aprendizaje continuo y apertura a nuevas formas de trabajo será clave para que las organizaciones peruanas aprovechen todo el potencial de la inteligencia artificial”, señaló Gastón de Zavaleta.

Otra de las innovaciones destacadas fue AI Agent Studio y Marketplace, un espacio que permite crear o ins-

talar asistentes inteligentes que automatizan tareas frecuentes como el procesamiento de facturas, la atención a clientes o la gestión operativa. Estos agentes se pueden personalizar fácilmente y conectarse con los sistemas existentes de cada empresa, lo que permite incorporar IA sin procesos complejos ni grandes inversiones iniciales.

Finalmente, Oracle anunció los Multicloud Universal Credits, una forma simplificada de contratar sus servicios en la nube. Esta modalidad permite utilizar tecnologías como AI Database o infraestructura OCI en AWS, Microsoft Azure, Google Cloud o en la propia nube de Oracle bajo un único contrato, brindando mayor flexibilidad, control y libertad para mover datos o aplicaciones según las necesidades del negocio.

“El verdadero reto de la transformación no es técnico, es cultural. Cuan-

do a la tecnología le sumamos inteligencia, cuando definimos el rumbo de donde queremos llegar y cuando usamos la IA como habilitador, el resultado es impensado. Pero el desafío no es tecnológico, el desafío es humano”, sostuvo Sofía Guidotti, VP & General Manager de Oracle APUB y Perú. “Esto exige que cada persona adopte un nuevo mindset, porque la tecnología habilita, pero son las personas quienes hacen posible el futuro”.

Con estas innovaciones, Oracle reafirmó su compromiso con acompañar a las organizaciones peruanas en su transición hacia una inteligencia artificial cada vez más integrada, segura y accesible. Las soluciones presentadas buscan facilitar proyectos de transformación digital que generen valor real, aumenten la competitividad y preparen a las empresas para la próxima fase de la economía impulsada por datos.



Sofía Guidotti, VP & General Manager Oracle APUB y Perú; y Gastón de Zavaleta, Country Manager de Oracle Perú.

Destaca la visión estratégica para generar negocios que impulsan las tecnologías de valor

Codesa es reconocida por Jabra en la categoría Video durante el “Partner Briefing – Héroes de la Tecnología 2025”

Comercial Denia (Codesa) fue reconocida por la marca Jabra durante su evento anual “Partner Briefing: Héroes de la Tecnología 2025” en la categoría Video, destacando la consistencia, el compromiso y la apuesta estratégica de la compañía por la marca.

El reconocimiento fue recibido por Milagros Herrera, asesora de gerencia de Codesa, durante la ceremonia realizada en el restaurante La Niña, en Miraflores, que reunió a los principales canales y mayoristas del país.

Aunque el foco principal de Codesa se encuentra en las pantallas interactivas y soluciones de visualización, la empresa ha logrado posicionarse de manera destacada en el negocio de la videocolaboración, gracias a su sólido desempeño comercial con Jabra durante los últimos dos años.

Este logro se sostiene sobre dos pilares clave valorados por Jabra:

La constancia de Codesa en la generación de negocios de forma consecutiva en 2024 y 2025, logrando ventas significativas y sostenidas.

En un mercado donde existen alternativas más económicas, Codesa decidió estratégicamente apostar por Jabra por la calidad, innovación y posicionamiento premium de sus soluciones de audio y video.

La relación con la marca se fortaleció a raíz de un proyecto del sector público que, pese a enfrentar dificultades iniciales, fue reactivado y cerrado con éxito. Este hito generó una sinergia que llamó la atención de Jabra y marcó el inicio de una colaboración más sólida con la compañía.

“Este reconocimiento es el resultado de la disciplina, la visión estratégica y nuestra apuesta por aliados que comparten nuestros estándares de calidad. Aunque no seamos un canal especializado en video, sí somos un canal que ejecuta, apuesta y cumple”, señaló Milagros Herrera tras recibir el premio.

HÉROES DE LA TECNOLOGÍA

Jabra GN

Partner Briefing

CODESA
COMERCIAL DENIA SAC



Partner Briefing - Héroes de la Tecnología



Milagros Herrera, asesora de gerencia de Codesa.





Presentaron portafolio a canal norteño

Intcomex realizó exitosa jornada multimarca en el norte del Perú junto a Dell, HP y ViewSonic

Intcomex Perú llevó a cabo una jornada multimarca en la ciudad de Trujillo, donde participaron las líneas de Dell Cómputo Comercial, Dell Servidores, HP Cómputo Comercial y ViewSonic. Durante varios días, el equipo visitó a clientes estratégicos de la región y se reunió con nuevos socios interesados en desarrollar negocios con el mayorista y las marcas representadas.

El objetivo de esta gira fue acercar de manera conjunta el portafolio de soluciones al canal, reforzando el trabajo colaborativo entre fabricantes y mayorista, y acompañando el crecimiento de los clientes del norte. La agenda incluyó capacitaciones, presentaciones de propuestas de valor y reuniones comerciales con empresas de distintos segmentos que buscan impulsar sus proyectos tecnológicos.

La jornada culminó con un encuentro relacional en el restaurante turístico Big Ben, en Trujillo, donde los asistentes disfrutaron de un espacio cálido y cercano. Hubo sorteos, sorpresas y un ambiente de camaradería que permitió reconectar con clientes estratégicos y dar la bienvenida a nuevos aliados del canal.

La actividad contó con la participación del equipo de Producto de Intcomex, integrado por Stephany Lavado (PM de Dell Cómputo Comercial), Alan Ycaza (PM Dell Servidores), Zarela Amaro (PM HP Cómputo Comercial), Cielo Gianotti (PM HP Impresión) y Jocelyne Dolores (PM ViewSonic). Su presencia reflejó el espíritu colaborativo que llamó la atención de muchos asistentes, pues no es común ver a marcas tradicionalmente competidoras unir-

se en una misma gira para trabajar alineadas por el desarrollo del canal.

“Para mí fue especialmente significativo regresar a Trujillo después de varios años y reencontrarme con clientes y amistades con las que inicié mi camino en esta industria. Esta jornada multimarca nos permitió conectar, presentar nuevas propuestas y seguir construyendo relaciones de confianza. Estoy muy agradecida por la acogida y por el entusiasmo de todos los que participaron”, dijo Stephany Lavado, Product Manager Dell Cómputo Comercial de Intcomex Perú.

Con esta iniciativa, Intcomex reafirma su compromiso con el norte del país y anticipa que continuarán realizando actividades similares para seguir fortaleciendo su relación con los clientes y acompañando el crecimiento de nuevas oportunidades de negocio.



Ejecutivos del mayorista destacaron el compromiso del canal peruano

Nexsys Perú celebró 25 años junto a sus socios de negocios

El jueves 6 de noviembre en un hotel miraflorino, Nexsys convocó a más de 150 ejecutivos de su ecosistema de canales y fabricantes para celebrar sus 25 años de presencia ininterrumpida en nuestro país, en un ameno y concurrido cocktail.

Gilbert y Alain Chalem, presidente y vicepresidente del mayorista regional, agradecieron a sus socios de negocios locales, junto con Martha Cortés, gerente general de

Nexsys Perú, por su compromiso en la generación de negocios y el enfoque en el crecimiento permanente.

Durante la velada, se premiaron a los mejores canales por marca del periodo 2024 – 2025, y a nueve canales que han acompañado a Nexsys Perú desde su momento fundacional. Los asistentes además disfrutaron de un espectáculo de danza que hizo un recorrido por los bailes típicos de diversas regiones de nuestro país.

"Este año celebramos 25 años de Nexsys Perú, un hito que refleja crecimiento, dedicación y alianzas sólidas. Agradecemos a nuestros fabricantes y canales por la confianza y compromiso constante a lo largo de este cuarto de siglo. Nuestro equipo ha sido el motor que nos impulsa a innovar y liderar un mercado cada vez más dinámico y competitivo. Este aniversario honra nuestra historia y nos inspira a seguir construyendo de cara al futuro", dijo Martha Cortés.







Nombró a Diego Ossa como CEO para la región SOLA



Diego Ossa, CEO de Stefanini para el Sur de América Latina (SOLA).

Stefanini reorganiza su operación en América Latina

Stefanini Group, consultora tecnológica global con enfoque AI-First, anunció una reorganización de su estructura en América Latina, con el objetivo de acelerar el crecimiento, ganar agilidad operativa y consolidar su liderazgo regional.

La nueva estructura dividirá las operaciones en dos bloques: SOLA (Sur de América Latina) y NOLA (México, Centroamérica, Caribe y España). Como parte de este cambio, Diego Ossa asumirá la posición de CEO de SOLA, región que comprende Argentina, Chile, Ecuador, Perú, Colombia y otros países de Sudamérica, excluyendo Brasil.

Con más de 20 años de experiencia en el sector tecnológico, Ossa ingresó a Stefanini en 2023 y ha sido clave en la expansión y fortalecimiento del grupo en Colombia, además de promover el alineamiento estratégico entre mercados y la adopción de soluciones digitales. Desde su nueva posición, tendrá como misión impulsar el crecimiento del grupo en los países

del bloque y acelerar la transformación digital aplicada a los negocios.

“Segmentar la región en dos bloques nos permite responder con mayor agilidad a las demandas locales, sin perder la sinergia global. Apostamos por líderes que conocen profundamente el ADN Stefanini y que han demostrado capacidad para entregar resultados consistentes en entornos desafiantes”, afirma Marco Stefanini, fundador y CEO global de Stefanini Group.

La nueva estructura también incluye el nombramiento de Marcelo Ciasca como CEO de NOLA y Marcus Piombo como CEO de Brasil, reforzando el compromiso del grupo con un liderazgo sólido y orientado a la innovación.

Presente en 46 países, Stefanini Group continúa invirtiendo en su posicionamiento AI-First, construyendo operaciones más integradas, colaborativas y adaptadas a las necesidades de cada mercado.

Ampliando la racha de c

Omdia: Los envíos de tablets aumentaron en el tercer trimestre



Kieren Jessop, responsable de investigación en Omdia

Una nueva investigación de Omdia ha revelado que el mercado mundial de tabletas mantuvo su impulso ascendente en el tercer trimestre de 2025, con envíos que alcanzaron los 40 millones de unidades, un aumento del 5% interanual y marcando el séptimo trimestre consecutivo de crecimiento.

Este crecimiento sostenido se vio impulsado por una fuerte demanda en Oriente Medio y Europa Central, junto con una continua fuerte compra de los consumidores en China. El mercado también se benefició de un aumento en los envíos de tabletas Chrome a Japón, impulsado por la iniciativa educativa GIGA 2.0 del go-

bierno. Mientras tanto, los envíos de Chromebooks alcanzaron los 4,2 millones de unidades, un aumento del 3% interanual, mientras la renovada actividad en los despliegues educativos cobraba impulso a nivel mundial, con volúmenes notables que apoyaban los objetivos educativos de Japón.

Himani Mukka, responsable de investigación de Omdia, comentó: "El mercado de tabletas, que sigue siendo en gran medida impulsado por el consumidor, ha demostrado resiliencia en 2025 a pesar de los persistentes obstáculos macroeconómicos. El rendimiento de los envíos ha superado consistentemente las expectativas, registrando un crecimiento ininterrumpido durante los últimos dos años. La demanda de los consumidores ha estado impulsada por factores como el lanzamiento frecuente de nuevos productos, subvenciones gubernamentales, mayor interés por tabletas infantiles y de juegos, precios competitivos, campañas promocionales y compras de vuelta al colegio estacional, que varían según las regiones según los calendarios académicos."

Añadió: "En el tercer trimestre de 2025, el mercado registró ventas estacionales antes del periodo navideño en Occidente y tanto las ventas festivas como las del 11,11 en Asia-Pacífico y China. Sin embargo, se

espera que la venta de entradas se mantenga discreta y en gran medida estable en el cuarto trimestre, con una perspectiva similar que se extiende hasta 2026, ya que se prevé que la demanda de reemplazo de tabletas disminuya".

El mercado global de tabletas creció un 5,1% interanual en el tercer trimestre de 2025, impulsado en gran parte por la fuerte demanda en China y la expansión de los fabricantes chinos de tabletas en las regiones de Oriente Medio y Asia Pacífico. Apple registró un crecimiento plano, aprovechando su sólido rendimiento en el tercer trimestre de 2024 con 14,3 millones de unidades enviadas. Samsung también registró un crecimiento estable, enviando 6,9 millones de unidades. Lenovo lideró el crecimiento entre los principales proveedores con 3,7 millones de unidades enviadas, lo que supone un sólido incremento interanual del 23%, impulsado por la expansión de su negocio comercial de tabletas en EMEA. Huawei siguió en cuarto lugar con 3,2 millones de unidades y un crecimiento del 11,5%, mientras que Xiaomi completó el top cinco, enviando 2,6 millones de unidades y un modesto aumento anual del 2,3%.

"Además del proyecto GIGA 2.0 de Japón, los despliegues educativos de Chromebooks se están expandiendo a otros mercados, especialmente en

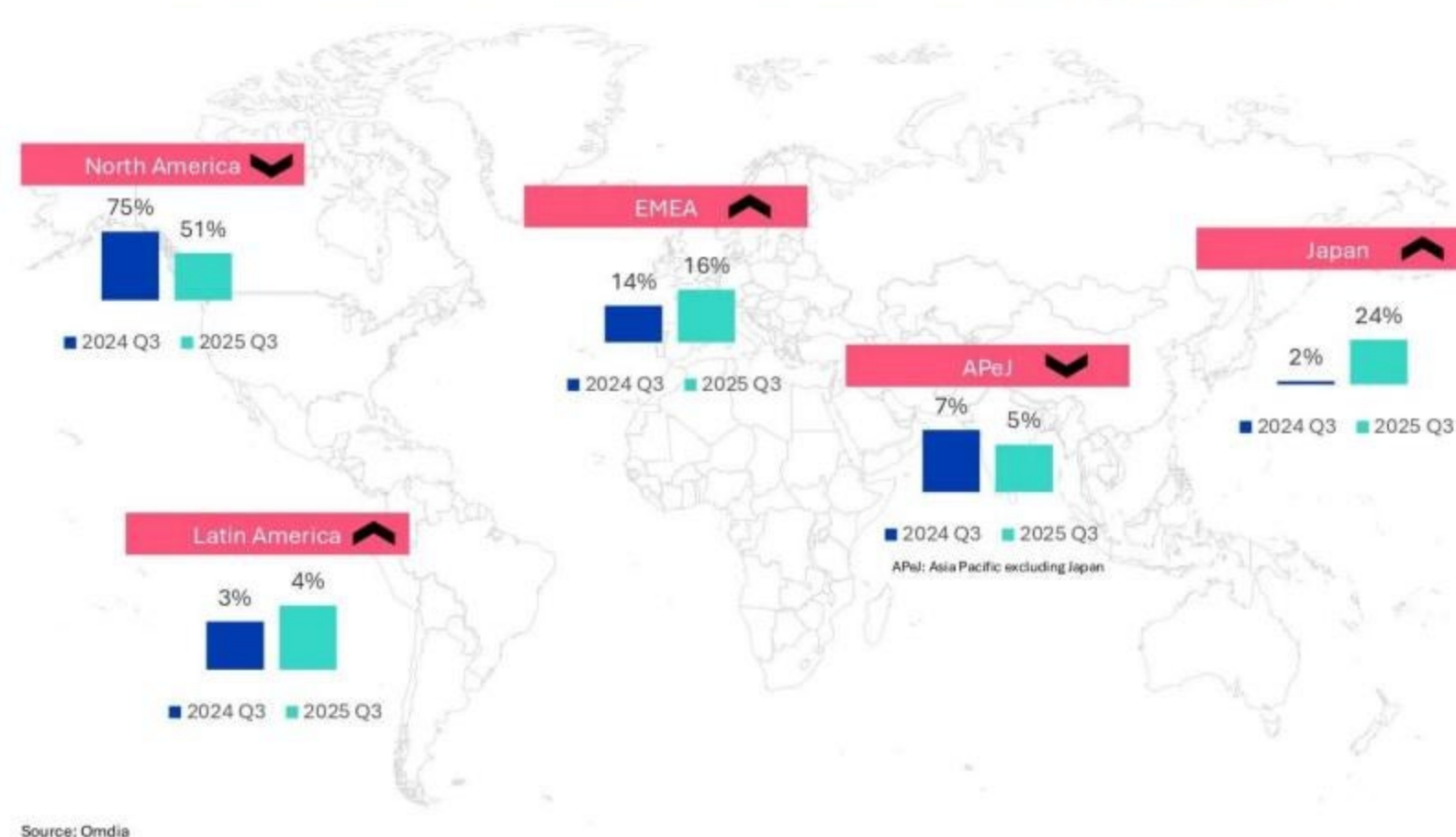
crecimiento de dos años

Envíos globales de Chromebooks crecieron un 5% en el tercer trimestre de 2025

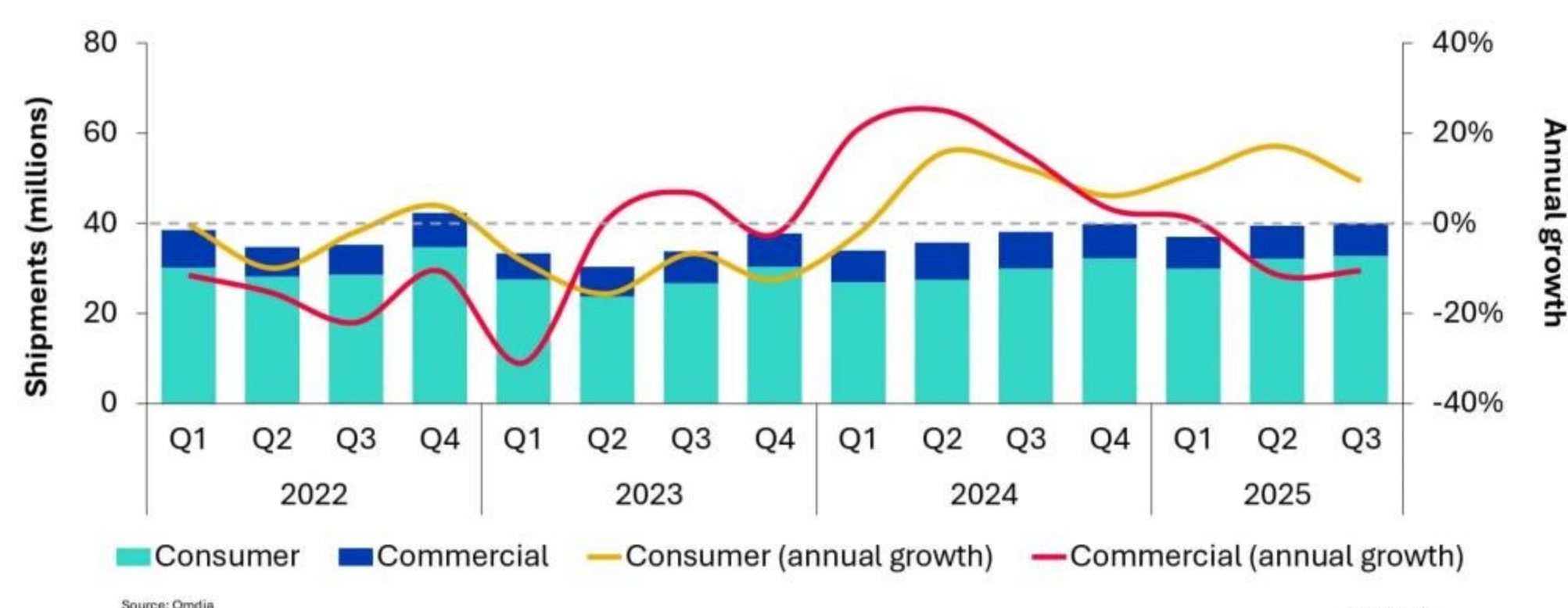
Europa Central y del Este y Norteamérica", dijo Kieren Jessop, responsable de investigación en Omdia. "En Norteamérica, el panorama de dispositivos K-12 está dividido, con una parte significativa usando Chromebooks mientras que otros siguen dependiendo de iPads. De cara al futuro, esperamos que la financiación educativa en Estados Unidos provenga cada vez más de fuentes estatales o locales en lugar de federales, lo que podría suponer un impulso constante a los envíos de Chromebooks en la región. Un ejemplo notable de esto es la colaboración de la ciudad de Nueva York con Dell y T-Mobile para proporcionar alrededor de 350.000 Chromebooks conectados a LTE/5G a estudiantes de escuelas públicas durante el curso escolar actual".

En el tercer trimestre de 2025, el mercado de libros de Chromebooks creció un 3,1%. Lenovo lideró el segmento, enviando 1,4 millones de unidades, un sólido crecimiento interanual del 54,6%. Acer le siguió con una cuota de mercado del 18% y envíos globales de 0,8 millones de unidades. HP ocupó el tercer puesto, enviando 0,7 millones de unidades y registrando una caída anual del 15,3%. Asus, que también se benefició del proyecto GIGA 2.0 de Japón al igual que Lenovo, aseguró la cuarta posición con un impresionante crecimiento interanual del 59%, mientras que Dell completó el top cinco.

Worldwide chromebook market share by geography



Worldwide tablet shipments Q1 2022 – Q3 2025



Consolida alianza estratégica en América Latina



Licencias OnLine fue reconocida por Microsoft con el premio “Pitch Perfect Challenge in Action FY25”

En un movimiento que subraya su compromiso con la transformación digital y el desarrollo de las regiones, Grupo Deltron, representante oficial de las marcas Advance y Teros, ha concretado una importante contribución tecnológica a la Universidad para el Desarrollo Andino (UDEA), ubicada en Lircay.

La UDEA, pionera desde 1998 como la primera universidad bilingüe (quechua y castellano) del país y licenciada por Sunedu en 2016, refuerza ahora su infraestructura académica para ofrecer una educación intercultural y de vanguardia a los jóvenes de las zonas altoandinas.

El aporte se centra en equipamiento clave, diseñado para robustecer las capacidades de estudio e investigación en las diversas escuelas profesionales:

Computadoras Advance

Equipos de alto rendimiento que garantizan a los estudiantes contar con las herramientas más sólidas para el desarrollo de proyectos académicos y la asimilación de competencias tecnológicas.

Monitores y pantallas interactivas Teros

Tecnología esencial para modernizar la metodología de enseñanza. Estas pantallas impulsarán un aprendizaje dinámico y participativo, vital para la formación de profesionales competentes en tecnologías de la información (TI).

"Esta colaboración con la UDEA va más allá del soporte tecnológico, es un símbolo de propósito. Compartimos con la Universidad los valores institucionales fundamentales de formación humana, la responsabilidad, la lealtad, la honestidad y el servicio solidario," señaló Óscar Zevallos, director ejecutivo de Grupo Deltron, quien enfatizó que esta colaboración va más allá de una simple donación de hardware.

Zevallos recalcó el valor estratégico de la alianza para el negocio y el impacto social: "Nuestra alianza con la UDEA, una institución que comparte este compromiso social, nos permite llevar la calidad y la vanguardia de nuestras marcas Advance y Teros directamente a la comunidad universitaria. Esta es una inversión concreta en el futuro tecnológico y social del Perú, asegurando que los jóvenes de Huancavelica tengan acceso a la misma tecnología de punta que impulsamos a nivel nacional".



Americas CloudForce

Equipo Ganador Pitch Perfect Challenge In Action de FY25

Licencias
OnLine



Johana Arias



Diana Jaimes



Edwin Ruiz



Daniela Sedlacek



Esmeralda Rojas



Henry Garcia



Yeraldin Contreras



Paula Calderon



Juan Tapia



Durante el mes pasado, más de 538 mil líneas móviles cambiaron de empresa operadora



Osiptel: Claro ganó más líneas en portabilidad numérica en octubre

En octubre, un total de 538 404 líneas móviles cambiaron de empresa operadora, a nivel nacional, a través del mecanismo de portabilidad numérica, informó Osiptel.

Pese a que se evidenció una ligera disminución (1.92 %) respecto a las portaciones registradas en setiembre (548 916), el número de portaciones mensuales se mantiene por encima del medio millón desde mayo de 2024, lo que es una muestra de la intensa compe-

tencia entre las empresas operadoras por captar nuevos usuarios y fidelizar a los actuales.

Portabilidad por empresas operadoras

De acuerdo con la información proporcionada por el Administrador de Base de Datos de Portabilidad (ABDP) al OSIPTEL, Claro tuvo el mayor número de portaciones netas positivas (más líneas ganadas que perdidas) con 20 322 líneas, seguida de Entel (6247) y Bitel (1980). Por su parte, Movis-

tar obtuvo un saldo neto negativo de 28 566 líneas, que refleja desafíos para su estrategia comercial en los próximos meses.

Portabilidad fija

En octubre, 4240 líneas fijas cambiaron de empresa operadora a nivel nacional. La empresa Wow consiguió el mayor saldo neto positivo con 3001 líneas fijas. En tanto, Fravatel y Movistar presentaron el mayor saldo negativo con 2741 y 888 líneas fijas, respectivamente.

RESULTADO NETO DE PORTABILIDAD MÓVIL DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS OPERADORAS OCTUBRE 2025			
EMPRESA OPERADORA	LÍNEAS GANADAS	LÍNEAS PERDIDAS	RESULTADO NETO
CLARO	165 919	145 597	20 322
ENTEL	144 963	138 716	6247
BITEL	116 328	114 348	1980
MOVISTAR	111 055	139 621	-28 566

Fuente: Administrador de Base de Datos de Portabilidad (fecha de corte: 3/11/2025)



André Velarde asume la gerencia Comercial de High Techno World

Mis felicitaciones para André Velarde Russo que hace poco asumió la gerencia Comercial de High Techno World. Con más de siete años de experiencia en el rubro, André ha consolidado una visión estratégica en la gestión comercial de servicios tecnológicos, orientado al segmento B2B. Su labor incluye administrar un portafolio de marcas líderes y fortalecer relaciones comerciales. André es comunicador y publicista de la UPC, con especialización en Gestión Comercial y Ventas, y cuenta con un diplomado en B2B Management por la Universidad del Pacífico. “Este rol representa para mí una oportunidad para seguir conectando tecnología con resultados reales de negocio. Nuestro enfoque está en acompañar a cada cliente con soluciones TI que realmente marquen la diferencia”, me dijo.



Jaime Mourão es el nuevo Country Manager de Bluetab en Perú y Colombia

Bluetab nombró a Jaime Mourão como Country Manager para Perú y Colombia. Con más de 20 años de experiencia en transformación digital, innovación y liderazgo en empresas multinacionales, Jaime será responsable de consolidar la presencia de la compañía y escalar proyectos que impacten sectores estratégicos como banca, telecomunicaciones, retail y gobierno. “La región está en un momento decisivo para transformar el uso de sus datos en ventajas competitivas reales. La incorporación de Jaime nos permite acelerar esta visión en dos países clave, acompañando a nuestros clientes en proyectos que combinan innovación, talento y resultados medibles”, afirmó Oscar Hernández, CEO de Bluetab América Latina.



Estela Yañez es Key Account Manager Senior en Bafing

Fue muy lindo volver a conversar con Estela Yañez, Key Account Manager Senior en Bafing desde año. La conocí cuando ella estaba en Claro y después pasó a ESET Perú, donde estuvo cerca de 6 años. El ocho de noviembre fue su cumpleaños y espero que lo haya pasado de maravillas. ¡Un gran abrazo, querida Estela!



¡Feliz cumpleaños, querida Cecilia!

Este martes 18 de noviembre, Cecilia Bejarano, gerente de Canales de HP Inc. Perú, disfrutará de un lindo y extraordinario día de cumpleaños. ¡Un gran abrazo, querida Ceci!

PRÓXIMA EDICIÓN



Suscríbete y recibe
Canal TI directo a tu
correo



Recibe nuestro
boletín semanal